



FONDO
COMUNI
CONFINANTI

**manuale
di identità visiva**



ELENCO FILE ALLEGATI AL MANUALE

Di seguito sono elencati i file da utilizzare con il manuale annesso. Per un corretto uso leggere il manuale per intero.

Versione A è il Marchio senza fascia bianca, mentre la versione B è il Marchio con la fascia bianca. La versione C è solo il logo senza *lettering*. La versione D è il Marchio con *lettering* esteso.

Verificare nel manuale quando utilizzare le versioni.

A01_MarchioFCC_CMYK.pdf
A02_MarchioFCC_RGB.png
A03_MarchioFCC_BN.pdf
A04_MarchioFCC_BN.png
A05_MarchioFCC_tratto.pdf
A06_MarchioFCC_tratto.png
A07_WEB_MarchioFCC_negativo.pdf
A08_WEB_MarchioFCC_negativo.png
A08_WEB_MarchioFCC_negativo_B.png

B01_MarchioFCC_RGB.png
B02_MarchioFCC_BN.png
B03_MarchioFCC_tratto.png

C01_MarchioFCC_CMYK.pdf
C02_MarchioFCC_RGB.png
C03_MarchioFCC_BN.pdf
C04_MarchioFCC_BN.png
C05_MarchioFCC_tratto.pdf
C06_MarchioFCC_tratto.png
C07_MarchioFCC_negativo.png

D01_MarchioFCC_CMYK.pdf
D02_MarchioFCC_RGB.png
D03_MarchioFCC_BN.pdf
D04_MarchioFCC_BN.png
D05_MarchioFCC_tratto.pdf
D06_MarchioFCC_tratto.png
D07_MarchioFCC_RGB_fascia.png
D08_MarchioFCC_BN_fascia.png
D09_MarchioFCC_tratto_fascia.png



INDICE

00 | INTRODUZIONE pag.4

01 | CONCEPT PAG.5

- descrizione
- stemma in araldica
- origine dei colori

02 | MARCHIO PAG.10

- font scelta
- corrispondenza colori
- colori da stampa e web
- colori da stampa e web
- costruzione
- utilizzo fascia
- versione scala di grigi e al tratto
- regole di utilizzo
- regole di utilizzo, dimensione minima
- uso scorretto del Marchio

03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI pag.23

- descrizione
- relazione con altri marchi
- carta intestata istituzionale
- poster con Marchio senza fascia bianca
- poster con colori
- poster con fotografia
- poster con tipografia e Marchio
- poster con Marchio allineato
- sito web partner
- cartello di cantiere
- stemma in bronzo

04 | APPLICAZIONI COMMERCIALI pag.35

- descrizione
- carta intestata
- biglietto da visita
- busta
- gadget: calendario
- gadget: shopper

NOTE pag.42



L'ideazione dell'identità visiva per il Fondo Comuni Confinanti è stato un processo graduale basato sulla volontà di creare un Marchio che fosse semplice ma allo stesso tempo elegante e distinguibile.

Data la particolarità dell'Ente dalla forte connotazione territoriale, ci si è soffermati sull'idea e il significato di confine, territorio e collaborazione. Inoltre attraverso i richiami all'araldica ci si è riallacciati alla storia locale evidenziando l'identità del Fondo.

Il progetto si è sviluppato in più fasi, partendo dall'ideazione del *concept*, ovvero le motivazioni che portano alla forma, si è passati al disegno vero e proprio e alle specifiche su colori e regole di utilizzo.

Infine sono state elaborate le applicazioni dello stesso in ogni sua possibile variante, in specifico abbinato ad altri marchi e su supporti differenti.



01 CONCEPT



L'ideazione della forma scelta per rappresentare il Fondo Comuni Confinanti parte dalla ricerca di un elemento figurativo molto semplice che racchiuda in sé più concetti.

L'immagine a lato mostra questo principio formale scelto per esprimere i valori di unione, appartenenza e collaborazione.

Il Marchio per il Fondo Comuni Confinanti dev'essere prima di tutto il territorio e proprio partendo dall'osservazione delle province interessate su una mappa, si può notare che i confini di queste creano una figura simile ad una Y.

Partire dal concetto di confine potrebbe far pensare che si voglia ribadire la divisione, ma ribaltandolo può essere inteso anche come punto d'incontro e d'unione tra parti differenti.

Il fondo è nato per una necessità, i confini non possono sparire ma possono contribuire a creare nuove figure e nuove collaborazioni. Quindi si crea un canale in cui la forma può essere interpretata come Y.

La figura a Y perciò è al contempo canale di differenza e di scambio.

I confini creano distanze ma sono, allo stesso tempo, canali di comunicazione e passaggi.

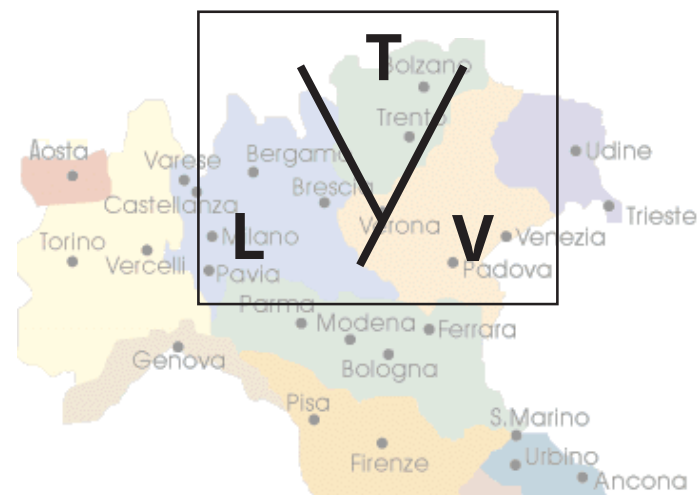
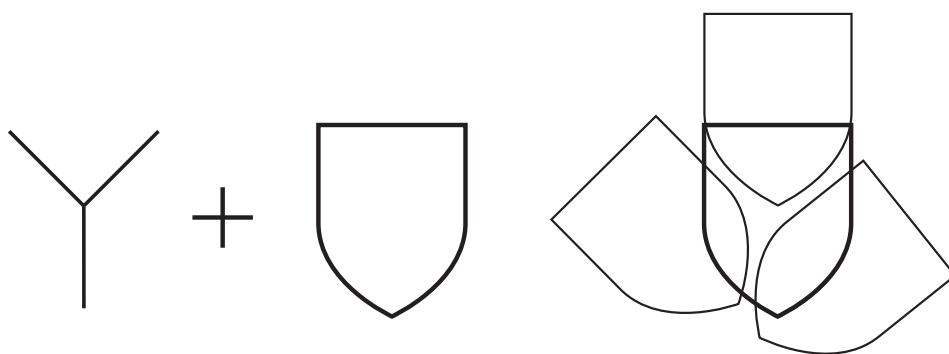
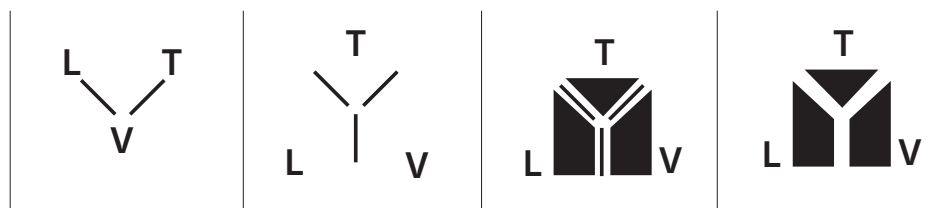
Partendo da questa forma ma invertendola quindi si crea una figura intera che rappresenta l'integrazione e la crescita collettiva di questi comuni differenti.





La forma Y, stilizzato confine tra i territori, diventa una figura geometrica che accentua la singolarità delle culture delle diverse regioni. Come si vede dallo schema, che esemplifica la trasformazione delle forme, però, il ribaltamento da positivo a negativo sposta l'attenzione dal concetto di divisione a quello di unione e luogo di incontro.

Dalla volontà di riallacciarsi alla storia dei territori, inoltre, il Marchio si caratterizza con la forma di uno scudo araldico in un unico disegno denso di significato.



La suddivisione in fasce orizzontali è dovuta alla caratterizzazione territoriale. In ordine dall'alto: Alto Adige, Trentino, Lombardia a sinistra (Sondrio, Brescia), Veneto a destra (Belluno, Vicenza, Verona)



Uno scudo formato da tanti scudi rende il Marchio dinamico, la Y è ancora più caratteristica e riconoscibile.



stemma
[stèm-ma]
s.m. (pl. -mi)

1 Emblema di un'associazione, di una collettività, di una squadra e sim.: il biscione dello s. di Milano; lo s. della federazione di scherma.

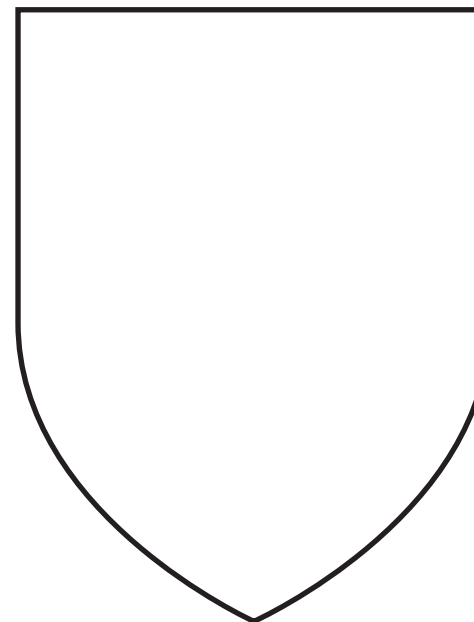
2 ARALD L'insieme dello scudo, degli ornamenti, delle insegne, delle figure che costituiscono il contrassegno e l'emblema di stati, istituzioni, famiglie: lo s. della Repubblica Italiana, del Club alpino, degli Sforza.

|| Rappresentazione plastica o pittorica dei simboli araldici.

tratto da <http://dizionari.repubblica.it/Italiano/S/stemma.php>

Il Marchio non è uno stemma ufficiale ma trae ispirazione da esso. Il Marchio ha la forma di uno scudo e rispetta il più possibile le simbologie araldiche ma non è uno stemma.

La forma scelta deriva da una serie di prove con stemmi delle provincie coinvolte e il risultato è la forma più armonica scelta.

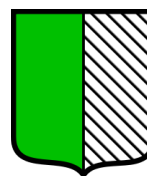




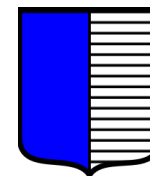
01 | CONCEPT | origine dei colori

Data la scelta di riprendere la forma dello scudo araldico, si è voluto caratterizzare ancor più distintamente le varie parti utilizzando i colori ufficiali delle provincie della Lombardia, Veneto, Trentino e Alto Adige, quindi verde, blu, viola e rosso. Questi colori in araldica hanno delle regole specifiche per la loro traduzione in trame geometriche che vengono utilizzate quando lo stemma viene rappresentato su superfici tridimensionali, in particolare su stemmi di bronzo o rilievi. Anche nel caso del Marchio per il Fondo Comuni Confinanti è prevista una versione con la traduzione dei colori in trame bianco e nero nel caso dell'applicazione su targhe.

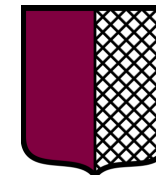
Lombardia



Veneto



Trentino



Alto Adige





02
Marchio



FONDO COMUNI CONFINANTI

Questo è il Marchio che rappresenta il Fondo Comuni Confinanti.
Abbinato con il *lettering* scritto con la font Lato.
Il Marchio rispetta regole di posizionamento e dimensione
descritte nelle pagine seguenti.



FONDO
COMUNI
CONFINANTI

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Font scelta: Lato

“Lato is a sanserif typeface family designed in the Summer 2010 by Warsaw-based designer Łukasz Dziedzic (“Lato” means “Summer” in Polish). In December 2010 the Lato family was published under the open-source Open Font License by his foundry tyPoland, with support from Google.

In 2013 – 2014, the family was greatly extended to cover 3000+ glyphs per style. The Lato 2.010 family now supports 100+ Latin-based languages, 50+ Cyrillic-based languages as well as Greek and IPA phonetics. In the process, the metrics and kerning of the family have been revised and four additional weights were created.”

<http://www.latofonts.com/lato-free-fonts/>

La font scelta viene utilizzata nel peso Regular.

La scelta del font è stata data dall’ottima versatilità di questo su supporti differenti, dalla chiarezza delle sue forme con terminazioni a tronco e i rapporti equilibrati che istituisce con i marchi proposti.

Inoltre è una font OPEN SOURCE, significa che è una font che si può utilizzare con licenza libera da costi.



FONDO
COMUNI
CONFINANTI



Trentino



Alto Adige



Veneto
Provincia
di Belluno



Lombardia
Provincia
di Sondrio



Veneto
Provincia
di Vicenza



Lombardia
Provincia
di Brescia



Veneto
Provincia
di Verona



FONDO
COMUNI
CONFINANTI









La scelta dei colori, come descritto nel *concept*, ha un preciso significato nel codice dell'araldica.

Le tonalità differenti delle bande invece, sono una distinzione interna al colore che vuole mostrare la suddivisione delle provincie nelle regioni confinanti con Trentino e Alto Adige.










02 | MARCHIO | colori da stampa e web

Stampa CMYK

 C 45% M 100% Y 45% K 0%	 C 0% M 95% Y 90% K 0%
 C 100% M 50% Y 0% K 0%	 C 75% M 0% Y 100% K 0%
 C 55% M 30% Y 0% K 0%	 C 40% M 0% Y 50% K 0%
 C 25% M 15% Y 0% K 0%	






Web RGB

 R 134% G 25% B 80%	 R 225% G 20% B 35%
 R 0% G 95% B 175%	 R 60% G 170% B 50%
 R 100% G 140% B 200%	 R 145% G 205% B 140%
 R 175% G 190% B 230%	

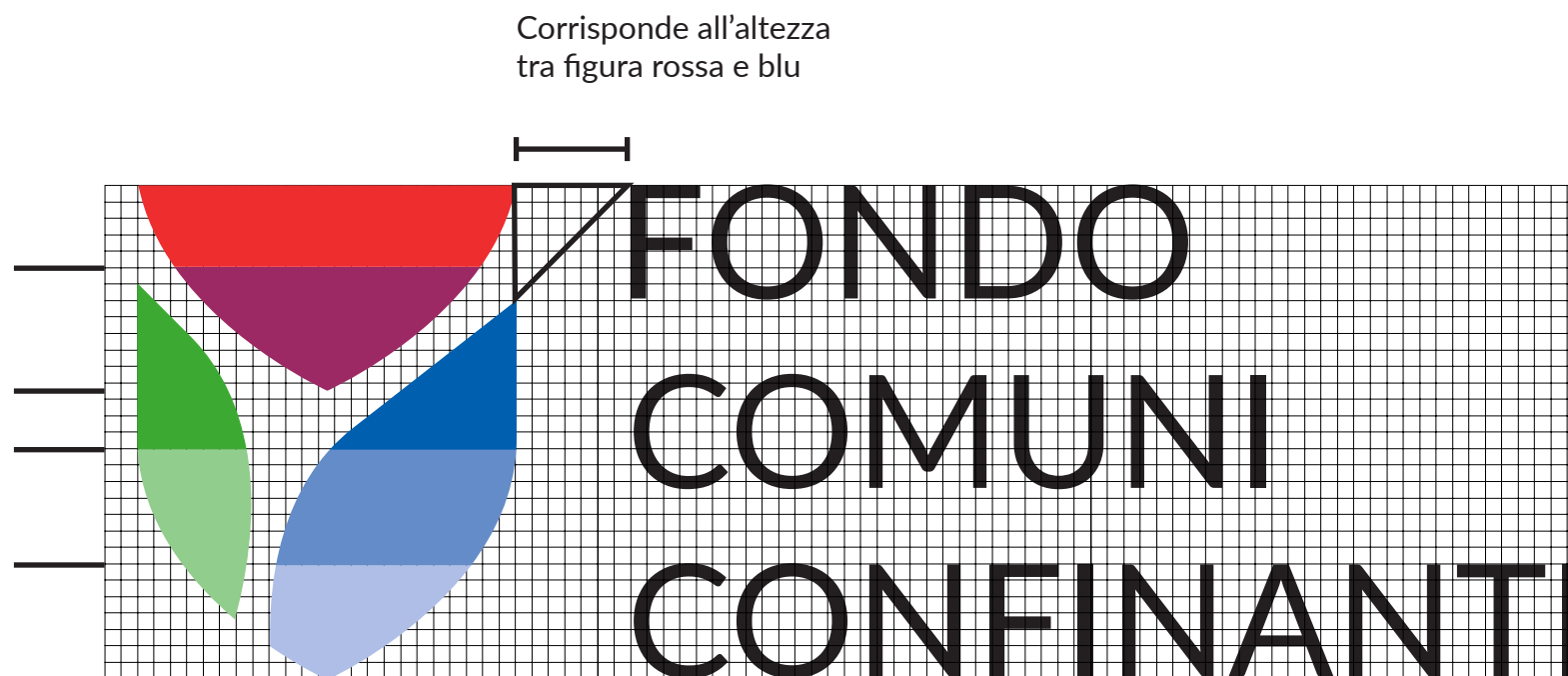
Questi sono i valori numeri a cui corrispondono i colori. CMYK si utilizza nel caso in cui si stampa e RGB si utilizza per il web.



Stampa CMYK

	C 0% M 0% Y 0% K 100%		C 0% M 0% Y 0% K 100%
	C 0% M 0% Y 0% K 100% tinta 60%		C 0% M 0% Y 0% K 100% tinta 80%
	C 0% M 0% Y 0% K 100% tinta 15%		tinta 35%

Nella scala di grigi il nero è a K 100% ma variano le tonalità. Si avrà così una scala di diverse tonalità di grigi.

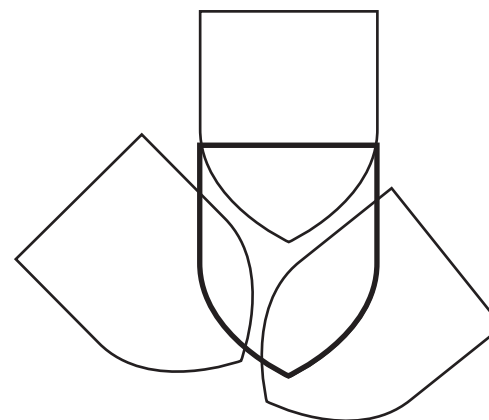


Il marchio è costruito su una griglia a 30 e ogni elemento è allineato a essa.

La costruzione del marchio deriva dalla forma dello scudo replicata 3 volte con angolazioni differenti.

La font è in **maiuscolo, regular** in proporzione con il logo.

Per un corretto utilizzo la font deve avere altezza compresa in quella del marchio, come da figura.



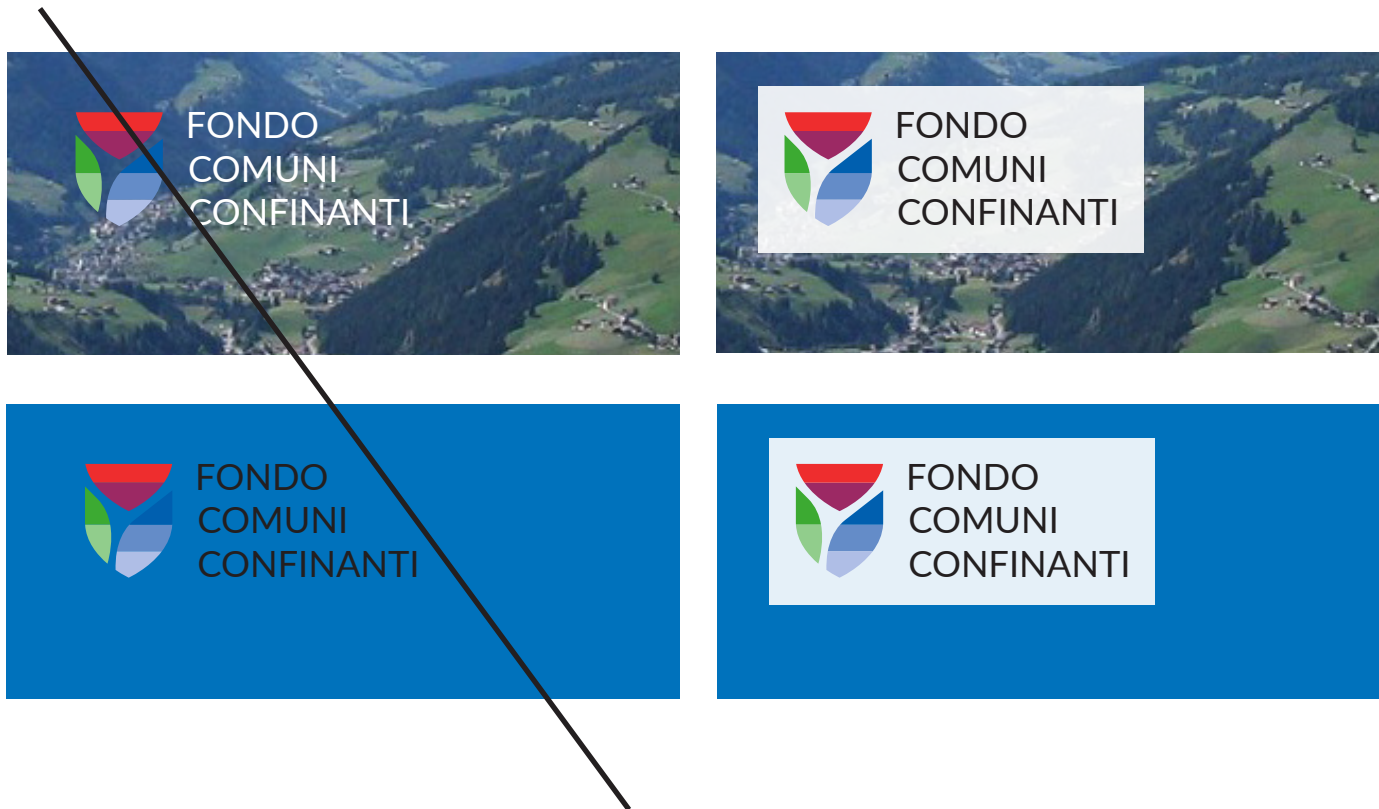


Corrisponde all'altezza
tra figura rossa e blu



Il Marchio dev'essere utilizzato sempre mantenendo uno spazio uguale allo spazio tra figura rossa e blu, attorno al Marchio nella sua interezza. Il contorno bianco è un elemento del Marchio che è presente solo se il Marchio è poco visibile su sfondi di fotografie o colori che interferiscono.

Mantenere SEMPRE uno spazio corrispondente all'altezza tra figura rossa e blu attorno al Marchio.



In questo caso si vede quando il Marchio necessita dell'utilizzo della fascia bianca. La fascia è bianca con opacità 90%. Viene applicata su fotografie e immagini con colori che interferiscono.



FONDO
COMUNI
CONFINANTI

Marchio nella versione scala di grigi.
Da utilizzare solo per stampa in bianco e nero.



FONDO
COMUNI
CONFINANTI

Marchio nella versione al tratto (applicazioni targhe).
I tratti sono la traduzione dei colori araldici in bianco e nero.



Marchio nella versione al tratto negativo (applicazioni targhe)



Il Marchio con il *lettering* posizionato su due righe può essere utilizzato soltanto nel caso di applicazioni banner, o stampe molto lunghe. Prevista anche per la versione con fascia bianca. Deve in entrambi i casi rispettare uno spazio che corrisponde allo spazio tra forma rossa e blu attorno al Marchio nella sua interezza.

Nel caso in cui il Marchio viene utilizzato senza *lettering* si deve utilizzare lo sfondo bianco con opacità 90%. Lo spazio da lasciare tra Marchio e altri elementi è lo stesso del Marchio con il *lettering*, ovvero la distanza tra forma rossa e blu.





02 | MARCHIO | regole di utilizzo, dimensione minima



Misura media 35mm, font 32pt, interlinea 38pt.



Misura **minima consentita** 20 mm e font 18pt, interlinea 22 pt. **Per web:** 60 px di altezza.



Misura minima consentita 20 mm e font 18pt, interlinea 22 pt.



Misura minima consentita 20 mm e font 18pt, interlinea 22 pt.



02 | MARCHIO | uso scorretto del Marchio



Non modificare i colori, utilizzare solo quelli ufficiali, nell'ordine corretto.



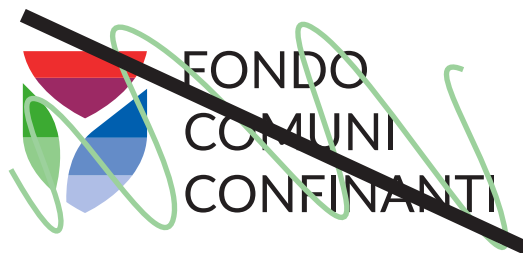
Non modificare le dimensioni in alcun modo né alterare il rapporto tra font e Marchio.



Non aggiungere elementi o effetti.



Non utilizzare font diverse dal Lato regular nella dimensione scelta.



Non aggiungere elementi esterni al Marchio.



Non utilizzare Marchio a colori su immagini a colori e senza lo spazio richiesto tra il Marchio e altri elementi.



03 APPLICAZIONI ISTITUZIONALI



03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | descrizione

L'utilizzo del Marchio deve rispettare alcune regole di dimensione, posizionamento e composizione.
Il Marchio deve sempre essere posizionato mantenendo uno spazio equivalente alla distanza tra forma rossa e blu attorno al Marchio da qualsiasi altro elemento.
Inoltre il posizionamento previsto è preferibilmente in alto a sinistra o destra e nel caso di immagini o colori l'utilizzo della fascia bianca in opacità 90%.

La font da utilizzare è Lato nella versione regular per il Marchio, per i testi sempre Lato nelle sue versioni Bold, italic, regular.





FONDO
COMUNI
CONFINANTI



REGIONE DEL VENETO



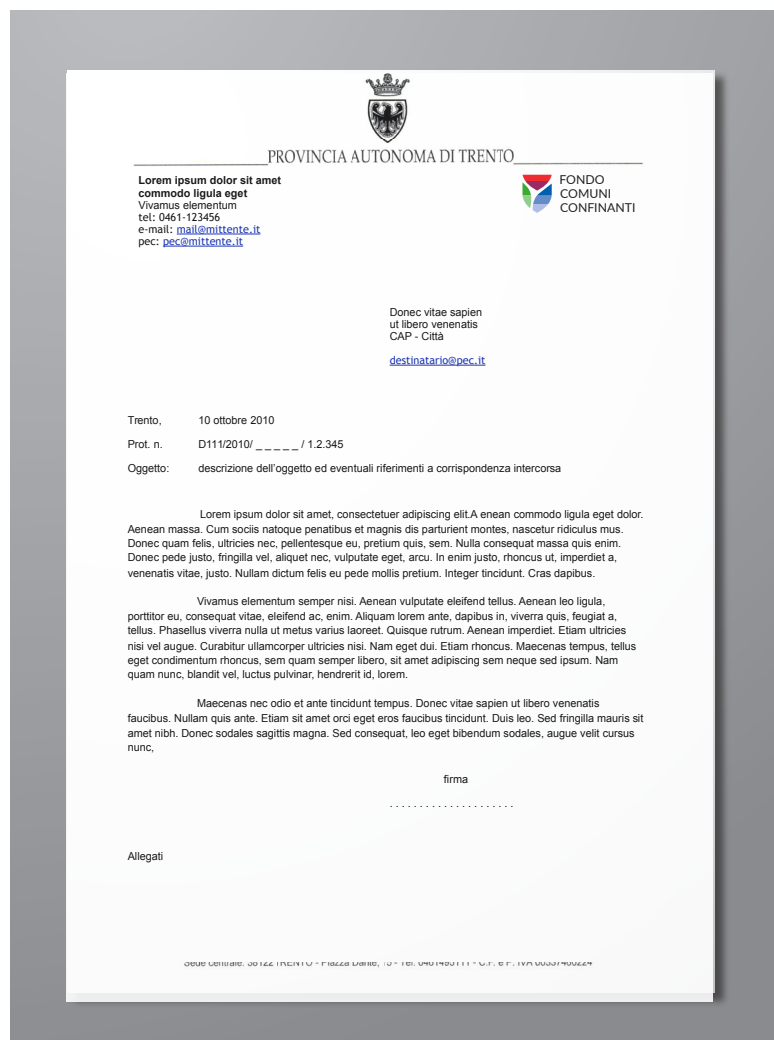
REGIONE DEL VENETO



L'utilizzo del Marchio accoppiato ad altri marchi può essere effettuato in due modalità. Nel caso in cui si utilizza il *lettering* il Marchio deve essere centrato come gli altri marchi ma mantenendo una dimensione che comprende anche lo spazio tra forma rossa e blu attorno al Marchio. Senza *lettering* la dimensione si mantiene costante agli altri marchi, ricordando che la dimensione minima consentita è 25 mm.



03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | carta intestata istituzionale



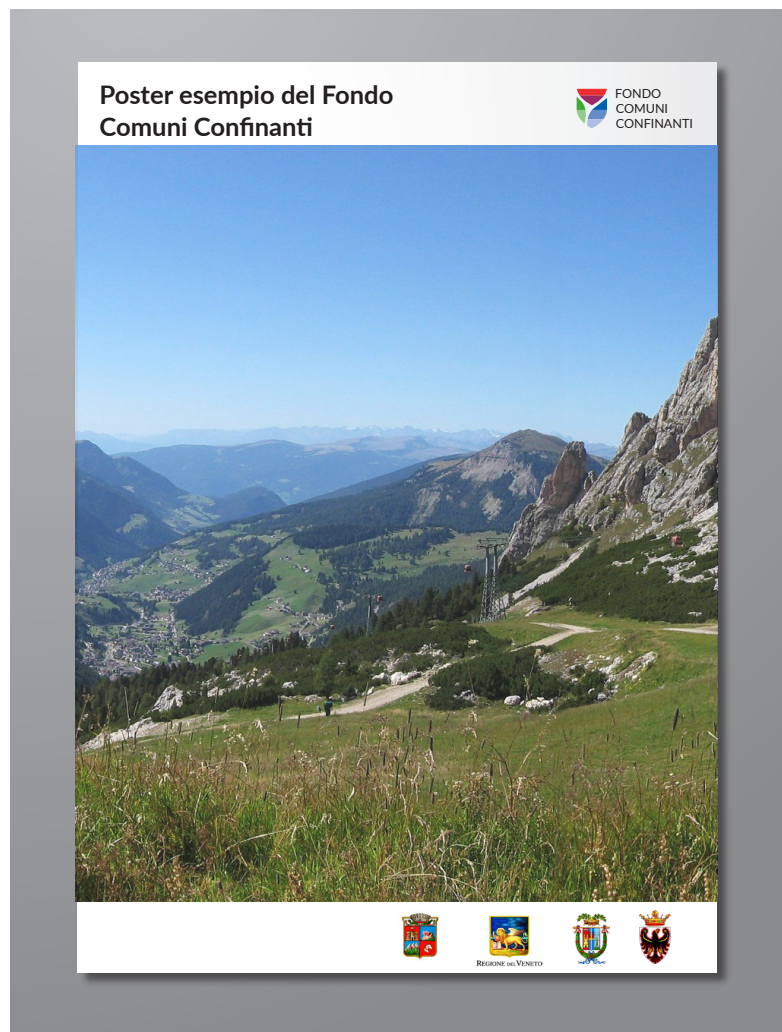
Il Marchio se utilizzato nelle comunicazioni istituzionali dev'essere posizionato allineato agli elementi utilizzati nella comunicazione, mantenendo SEMPRE uno spazio attorno al Marchio della distanza tra forma rossa e blu come descritto nelle pagine precedenti.

Il Marchio può essere posizionato in alto a sinistra oppure in alto a destra. Il Marchio dev'essere di grandezza non superiore al Marchio di provincia e nemmeno più piccolo di 25 mm.





03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | poster con Marchio senza fascia bianca



Il Marchio nel caso in cui non sia posto sopra immagini o colori dev'essere allineato in alto a destra o in alto a sinistra con allineamento al titolo se possibile. Rispettare lo spazio tra il Marchio e gli altri elementi che corrisponde allo spazio tra forma rossa e blu.





03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | poster con colori

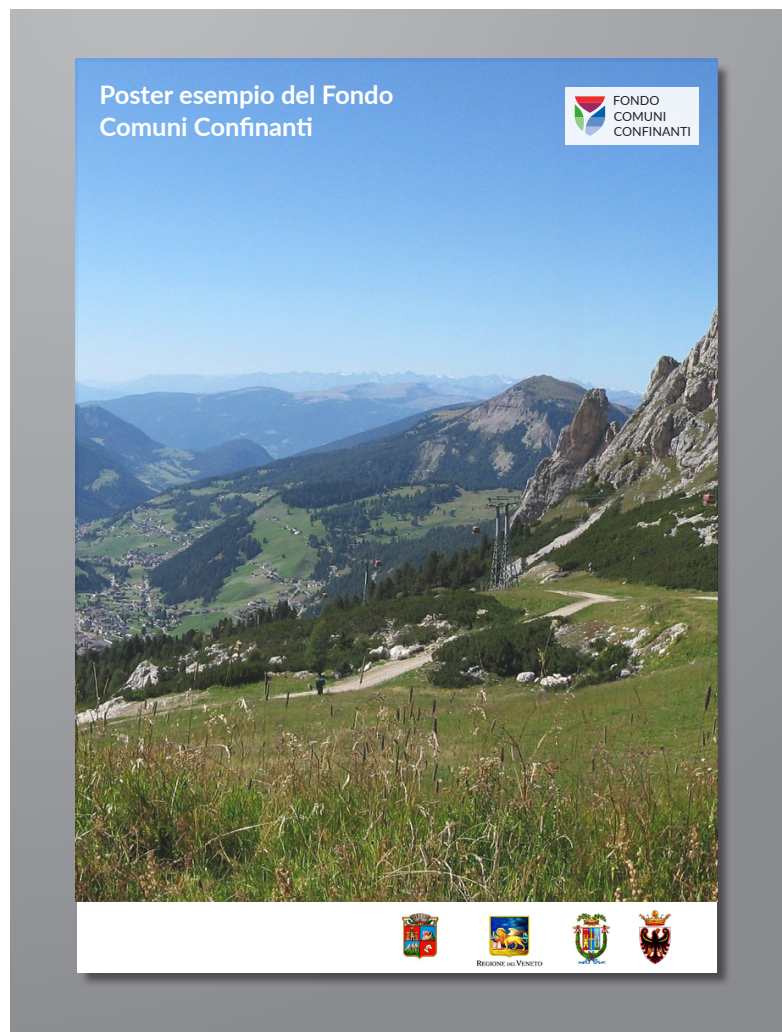


Il Marchio, nel caso in cui è posizionato sopra colori o fotografie deve essere utilizzato con la fascia bianca e posizionato allineato al titolo oppure in alto a sinistra o in alto a destra. Rispettare sempre lo spazio tra Marchio e altri oggetti della dimensione dello spazio tra forma rossa e blu.





03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | poster con fotografie



Il Marchio, nel caso in cui è posizionato sopra colori o fotografie deve essere utilizzato con la fascia bianca e posizionato allineato al titolo oppure in alto a sinistra o in alto a destra. Rispettare sempre lo spazio tra Marchio e altri oggetti della dimensione dello spazio tra forma rossa e blu.





Si può utilizzare il marchio senza *lettering* solo nel caso in cui si utilizza il *lettering* come titolo o parte ben visibile.

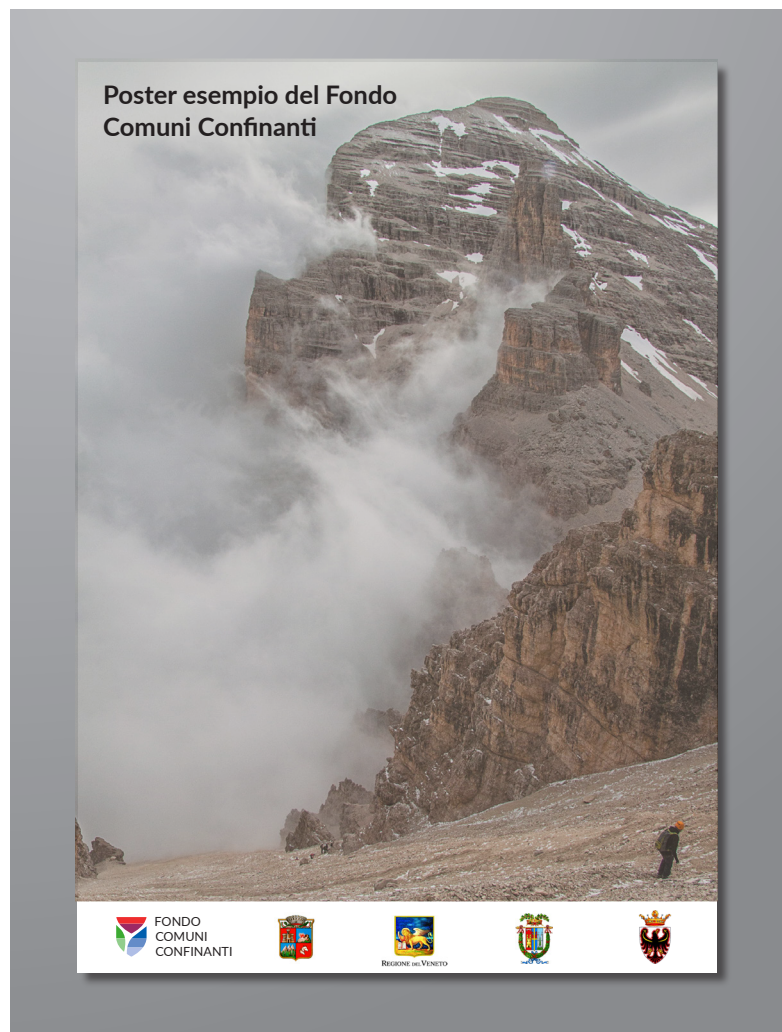
Il Marchio deve essere posto a sinistra o destra in alto, se presente un colore o un immagine applicare la fascia bianca.

Mantenere le distanze richieste attorno al marchio dello spazio uguale alla distanza tra forma rossa e blu.





03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | poster con Marchio allineato

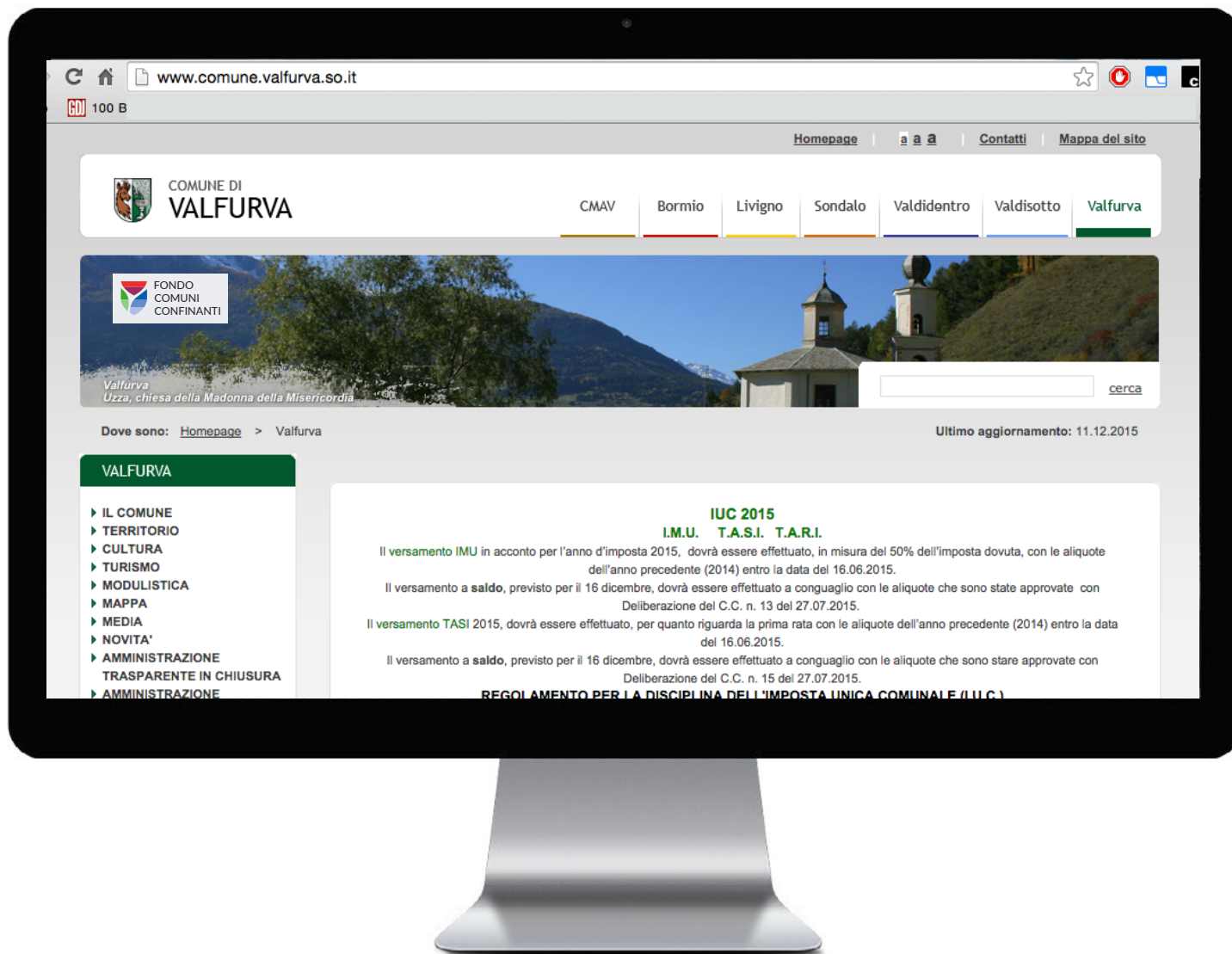


Il Marchio, nel caso in cui è posizionato con altri marchi dev'essere di dimensioni centrate rispetto agli altri marchi. Allineamento centrale.
Rispettare sempre lo spazio tra Marchio e altri oggetti della dimensione dello spazio tra forma rossa e blu.

Per la tipografia si può utilizzare solo la font Lato.



03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | sito web partner



Nel caso di un sito web di un sito partner il Marchio se posto su immagini deve avere la fascia bianca, altrimenti mantenere lo spazio tra Marchio ed altri elementi uguale allo spazio tra forma rossa e blu. La dimensione minima in pixel del Marchio è 60 px di altezza.



03 | APPLICAZIONI ISTITUZIONALI | cartello di cantiere

**PROVINCIA
AUTONOMA
DI TRENTO**

**FONDO
COMUNI
CONFINANTI**

SCUOLA PRIMARIA SAC. STANISLAO ZANOLLI - LAVORI DI ADEGUAMENTO NORMATIVO IN MATERIA DI ELIMINAZIONE BARRIERE ARCHITETTONICHE, RISPARMIO ENERGETICO E SICUREZZA ANTINCENDIO
CUP: C83J13000360001 CIG: 58310720D7



Impresa Appaltatrice	Bruni Scavi S.n.c. 22070 Grandate (CO)	Coordinatore per la Sicurezza in fase di Progettazione ed Esecuzione	Ing. Giuseppe Martinelli 22034 Brunate (CO)
Importo di progetto	€ 545.481,58	Direttore di Cantiere	Sig. Dino BRUNI Bruni Scavi S.n.c.
Importo di contratto	€ 402.419,59	Responsabile della Sicurezza per l'Impresa	Sig. Dino BRUNI Bruni Scavi S.n.c.
Finanziamento	Risorse Programma 6000 Campanili Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti	Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (R.L.S.T.)	Sig. Mario PRONESTI
Responsabile del Procedimento	Arch. Marco Dellavalle Responsabile U.T.C. Comune di Novedrate	Consegna dei Lavori	08/09/2015
Progetto architettonico, strutturale, antincendio	Ing. Giuseppe Martinelli 22034 Brunate (CO)	Durata prevista dei Lavori	130 giorni
Direzione Lavori	Ing. Giuseppe Martinelli 22034 Brunate (CO)	Subappalti	vedere dettaglio alla cartellonistica di cantiere



**FONDO
COMUNI
CONFINANTI**

Nei cartelli di cantiere porre il Marchio negli spazi appositi, ed eventualmente in alto a sinistra oppure in alto a destra. Mantenere sempre almeno una distanza tra il Marchio e gli altri elementi dello spazio uguale allo spazio tra figura rossa e blu.



Lo stemma deve essere realizzato con la versione del Marchio al tratto. Ovvero la traduzione dei colori in araldica in forme adatte al rilievo in metallo.

In alternativa si può utilizzare la versione del Marchio utilizzata in tutte le altre applicazioni.



04 APPLICAZIONI COMMERCIALI

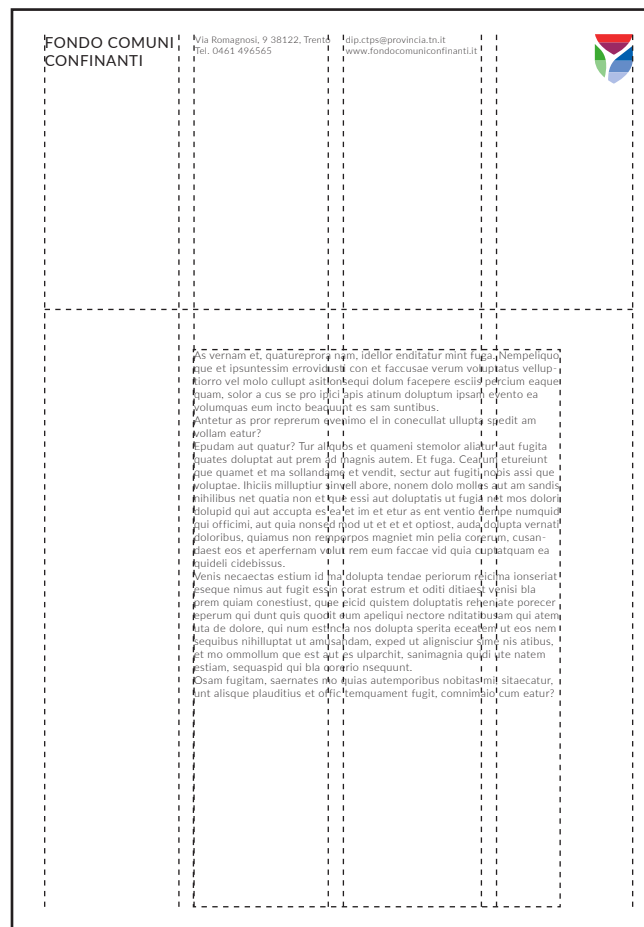


L'utilizzo del Marchio nelle applicazioni commerciali mantiene alcune regole fondamentali per l'utilizzo corretto.

In caso di immagini o colori sotto al Marchio va utilizzata la fascia bianca. Attorno al Marchio è necessario mantenere uno spazio che è quello tra forma rossa e blu. Di seguito vengono mostrate alcune applicazioni. Il Marchio non può essere più piccolo di 25 mm di altezza e nel web di 60 px di altezza.



04 | APPLICAZIONI COMMERCIALI | carta intestata



La carta intestata può seguire l'impostazione classica con Marchio intero a sinistra o destra oppure essere separato. In ogni casistica il Marchio deve essere in alto a sinistra o destra e la Font deve avere la stessa dimensione che avrebbe con il Marchio unito. Lo spazio attorno al Marchio dev'essere lo stesso spiegato a pag.36.



04 | APPLICAZIONI COMMERCIALI | biglietto da visita



Il biglietto da visita è coordinato con la busta nella pagina seguente. Gli elementi decorativi sono i singoli elementi del logo separati. Il Marchio rimane in alto a sinistra mantenendo uno spazio che è uguale alla distanza tra forma rossa e blu.
Il testo non può essere inferiore a 7 pt.

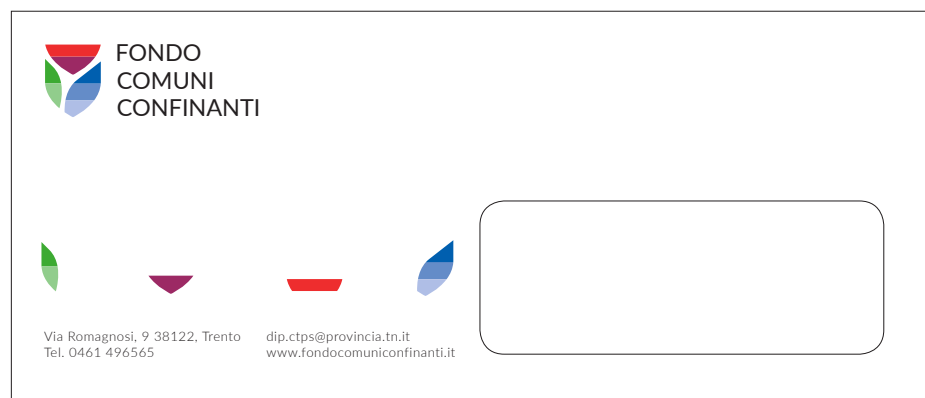


04 | APPLICAZIONI COMMERCIALI | busta



La busta ha caratteristiche simili al biglietto da visita. Il Marchio si mantiene in alto a sinistra e vi sono le stesse decorazioni con gli elementi del Marchio.

Anche in questo caso non utilizzare la font Lato al di sotto di 7pt. Mantenere uno spazio attorno al Marchio uguale alla distanza tra forma rossa e blu.

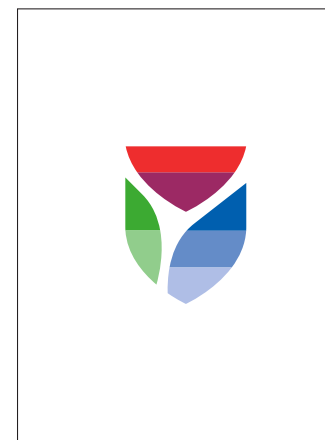




Il calendario è un gadget e come tale ha più autonomia di rappresentazione. Il logo rimane in alto a sinistra e rispetta le regole precedentemente elencate. In questa applicazione il Marchio può essere utilizzato come elemento decorativo. La font da utilizzare è Lato.



04 | APPLICAZIONI COMMERCIALI | gadget: shopper



La shopper è un altro gadget con ampia libertà di utilizzo. Necessario è inserire il Marchio in alto a sinistra e il sito web in basso a destra. Considerare che la dimensione minima consentita del Marchio è 25 mm in altezza.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Graphic designer: Arianna Smaron
Responsabile: Ambrogio Monetti
Kinè Società Cooperativa Sociale